

2 「食事バランスガイド」の活用促進

厚生労働省と農林水産省により「食生活指針」を具体的な行動に結び付けるために策定された「食事バランスガイド」は、食事の望ましい組合せやおおよその量をイラストでわかりやすく示したものであり、一人一人が食生活を見直すきっかけになるものとして、より多くの人に活用されることが重要である。

(1) 健康づくりのための活用促進

「食事バランスガイド」の普及・活用を図るため、地方公共団体の担当者、健康・栄養関係者、食品関係事業者、農業関係者、消費者団体等、「食事バランスガイド」の普及活用に関わる者を対象とした、各地での説明会の実施に加え、交通広告、雑誌広告、テレビ番組での紹介を行った。また、保健所や保健センターの健康づくりに関する事業等においてパンフレットの配布・活用を行っている。

毎年10月の食生活改善普及月間において、平成20年度は「食事バランスガイド」を参考にして食生活を送っている人の割合を増加させるための取組等に重点を置いた。

平成20年度厚生労働科学研究「食事バランスガイドを活用した栄養教育・食環境づくりの手法に関する研究」では、食事バランスガイドを活用した栄養教育プログラムを開発・実施し、その効果検証を行った。具体的には、男性労働者で肥満の者（BMIが25以上又は腹囲が85cm以上ある者）を対象に、食事バランスガイドに基づく「バランス弁当」に、栄養・健康情報のメッセージカードを毎回添えたものを週3回3ヶ月間提供し、無作為割付比較試験を3事業所で行ったところ、介入前後で体重減少、或いは体重増加抑制の効果がみられた。

(2) 「日本型食生活」の実践の促進

さらに、栄養バランスに優れた「日本型食生活」の実践を促進するため、食育に熱心に

先進地におけるモデル的取組（行政を中心とした取組） 【始めよう！「日本型食生活」】

新潟県新潟市において、市が中心となり、スーパーマーケットや外食店舗等の食品関連事業者、生産者団体、教育委員会等から構成される食育推進協議会を組織し、特に「子ども・子育て世代」を対象として、各関係者が地域の様々な場所において「食事バランスガイド」を活用した「日本型食生活」の普及・啓発を行った。

具体的には、交通広告等による「食事バランスガイド」の広報や、スーパーマーケット等での情報提供、生産者と連携した親子農業体験、調理体験、栄養相談、市内



総合的な学習の時間における「食事バランスガイド」の授業

小学校への出前授業等を行った。

また、小・中学校では、給食便りを活用した情報提供、保護者向け懇話会、総合的な学習の時間等を活用した「食事バランスガイド」の授業、出前講座等農家との交流、調理体験、オール新潟市産学校給食を、保育園では、給食で「食事バランスガイド」の料理グループごとの配膳がプリントされたランチョンマット等を使い料理グループについて学ぶ取組を実施した。

これらの取組により子どもたちだけでなく、子どもたちを通じて家庭へも「食事バランスガイド」や「日本型食生活」への理解と実践を促した。

その結果、地域における「食事バランスガイド」の認知度・実践度、「日本型食生活」の実践度の増加がみられた。

先進地におけるモデル的取組（民間企業を中心とした取組） 【子どもたちへ地域を挙げての食育活動】

沖縄県沖縄市において、地域の生活協同組合を中心に地域食品関連企業、市、教育委員会等教育関係者が連携して、生協店舗における情報提供、小学校における食育、食品企業従業員への食育の普及・啓発等を行い、地域における「食事バランスガイド」の普及、食育推進の基盤作りに取り組んだ。



FM放送の収録現場

特に、小学校での取組では、教育委員会、学校給食センター、PTA、生協等地域食品事業者の協力のもと、モデル校の児童が、地域FM放送局で「食事バランスガイド」や地域の産物等についての解説と児童による食育の調べ学習の発表を収録し、市内7小学校の給食時間及び一般向けに放送を行った。生協等食品関連企業、PTAは、子どもたちの調べ学習に協力するだけでなく、出前講座や親子料理講習会・農業体験も実施し、FM放送を中心として地域を挙げての食育活動を展開した。

小学校の教職員からは、調べ学習の内容が放送を重ねるごとに高度になるなど収録参加した子どもたちに高い学習効果がみられ、参加していない子どもたちも「食事バランスガイド」や食への関心が高まったといった声が聞かれた。

また、一般向け放送を聞いた近隣市町村住民から、他市町村での実施を望む声も聞かれ、近隣地域への波及効果もみられた。

取り組もうとしている地区を対象に、集中的・重点的に「食事バランスガイド」を活用した「日本型食生活」の普及・啓発を行うモ

デル的な取組に対して支援を行ったほか、主食や副菜等の料理グループごとの課題解決に向けた取組を推進した。

先進地におけるモデル的取組（商店街を中心とした取組） 【「日本型食生活」で商店街を活性化！】

鹿児島県鹿児島市の商店街において、商店街の振興組合が中心となり、県、市、栄養士会の協力のもと、百貨店、小売店、街頭等において、地域住民や買い物などで商店街を訪れる消費者、商店街の社員を対象に「食事バランスガイド」を活用した「日本型食生活」の普及・啓発に取り組んだ。



商店街の社員への講習会

『街が元気であるためには、そこで働く人々が元気であることが必要』と考え、百貨店、小売店の栄養管理者、社員に対し「食事バランスガイド」を活用した「日本型食生活」講習会を実施し、商店街で働く社員の食生活の見直しにも取り組んだ。

消費者への情報提供については、地元情報誌や商店街にある外食店舗でのランチメニューへの「食事バランスガイド」のSV数（「つ」）掲示と商店街版の「食事バランスガイド」リーフレットの配布、街頭でののぼりの掲示と食育についてのDVDの放映等を行った。

社員からは、「これまでの食事を改めて振り返ることができ参考になった」、「朝食欠食の仕事への影響が参考になった」といった声が聞かれ、商店街を訪れる消費者への情報提供の充実だけでなく、働く社員の意識向上にもつながった。

主食 【「めざましごはんキャンペーン」の取組】

厚生労働省の国民健康・栄養調査によると、朝ごはんを食べない人は増加傾向にあり、20歳代の男性では約3割が、20歳代の女性では約2割が朝食を欠食している。このため、農林水産省では朝食欠食率の高い若者の欠食改善や米を中心とした日本型食生活の普及・啓発を目的に、テレビCM等多様な媒体を組み合わせるメディアミッ

クスにより情報提供を行いつつ、約4,000社の食品関係企業、団体の協力を得ながら、官民挙げての「めざましごはんキャンペーン」を実施している。

21年1月からのキャンペーンでは、著名な女性タレントを起用。キャンペーンソングを制作し、イメージアップを図るとともに、CM映像をキャンペーン参加企業にも提供し、商品販売の機会を活用し消費者への普及・啓発を行った。また、CMに連動したポスターを作成し、キャンペーン参加企業へ提供するとともに、若者向けライフスタイル誌や漫画への掲載、首都圏、中京圏、近畿圏のJR等で中吊広告の掲載等を行った。



「めざましごはんキャンペーン」車両広告

副菜

【野菜摂取の必要性を子どもや成人に強力に普及】

野菜を中心とする副菜の摂取を推進するため、野菜の不足がちな成人や、野菜嫌いの多い子どもにターゲットを絞った摂取拡大活動や産地側からの料理・調理特性等についての情報発信を実施している。

成人には、健康づくりを意識する企業の健康管理部門との連携のもと、従業員食堂での野菜摂取の普及・啓発活動を実施するとともに、企業での先進的取組を管理栄養士に紹介する事例発表会の開催により、野菜の摂取拡大への意識の醸成に努めた。

児童に対しては、量販店の店頭を食育の場とした食育体験ツアーや栄養士等を招いた出前授業を通じて、野菜摂取の必要性を「学ぶ場」を設置している。

また、一般消費者に対しては、1日350gの野菜を容易に摂取できるよう旬の野菜を利用する料理レシピを作成し、これをモデル的な量販店で配布し、野菜摂取の必要性の普及に努めている。



スーパーマーケットでの食育体験ツアー



従業員食堂での野菜摂取の普及・啓発

主菜

【地域における親子魚介料理教室の開催】

地元漁業生産者のグループなどによる「親子魚介料理講習会」を開催。魚介類を素材としたメニューの栄養バランスなどについて「食事バランスガイド」を活用しながら学ぶとともに、地元で獲れた新鮮な魚介類を素材にして、丸の魚をさばくところから、浜に伝わる伝統的な料理などを体験する料理教室を行った。

また、漁業生産者との交流を通じて、地域の漁業や魚介料理についての理解を深めた。



魚をさばくところから調理を実践

牛乳・乳製品

【牛乳・乳製品でのカルシウム摂取の重要性に関する普及・啓発】

日本人は、カルシウムが不足しがちである。牛乳・乳製品はカルシウムを豊富に含み、不足分を効果的に補うことのできる食品であるものの、1人当たりの牛乳・乳製品の消費量は、若年層を中心に大きく減少している。

そのため、

高等学校や大学、各地のイベントにおける骨密度測定
牛乳の機能とカルシウム摂取について説明した副読本の作成・配付
主に主婦層をターゲットとした、量販店等における啓発資材の設置
等を通じ、牛乳・乳製品でのカルシウム摂取の重要性に関する普及・啓発活動を実施した。



高等学校での骨密度測定

果物

【果物の機能性に着眼した摂取の必要性を強力に普及】

果物の摂取を推進するため、果物の不足がちな20歳代から40歳代の成人や、子どもにもターゲットを絞った摂取拡大活動を実施している。

成人には、健康づくりを意識する企業の健康管理部門との連携のもと、企業食堂での果物の試供販売を行うとともに、果物の持つ機能性について啓発を行った。

また、子どもの頃からの果物摂取を習慣付けるため、生産者等を招いた出前授業を通じて、果物摂取の必要性を「学ぶ場」を設置するとともに、果物について考える契機となる読書感想文コンクールを実施している。

さらに、一般消費者に対して、量販店において、果物の栄養・機能性等の情報提供を実施し、果物摂取の必要性の普及に努めている。



企業食堂での試供販売（フルーツバー）

第3節

専門的知識を有する 人材の養成・活用

国民一人一人が食に関する知識を持ち、自らこれを実践できるようにするため、食育に関する専門的知識を備えた管理栄養士・栄養士や専門調理師・調理師等の養成を行い、関係団体との連携等により、人材の育成や食育の推進に向けての活動に取り組んでいる。

1 管理栄養士・栄養士の養成・活用

食生活や健康づくりに関する専門的な知識を有し、食育を推進する上で重要な役割を担う者として管理栄養士・栄養士の養成を行っている。管理栄養士・栄養士（以下「管理栄

養士等」という。）は、栄養士法（昭和22年法律第245号）に基づく資格であり、栄養士は都道府県知事から、管理栄養士は厚生労働大臣から免許が交付されている。平成21年4月現在、栄養士養成施設数は平成20年度316校であり、そのうち管理栄養士養成施設数は118校である。栄養士免許は、平成19年度19,864件（平成18年度19,362件）交付されており、累計交付数893,516件（平成18年度873,652件）管理栄養士免許は平成20年度6,896件（平成19年度7,502件）交付されており、累計交付数142,699件（平成19年度135,803件）となっている。管理栄養士等は、学校、保育所、病院、社会福祉施設、保健所、保健センター、フィットネスクラブ、食品産業等様々な場において、食生活に関する支援を行っている。